

20歳～69歳男女1,000名に聞いた
「レジ袋に関する意識調査」
 レジ袋有料化に関する認知は88.3%である一方
 開始時期を正しく回答できた人は11.5%という結果に
 レジ袋が有料化された場合の価格感も聞いたところ・・・

総合マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回、2019年11月6日（水）～2019年11月8日（金）の3日間、20～69歳の男女1,000人を対象に「レジ袋」をテーマにしたインターネットリサーチを行いました。

< 調査背景 >

「プラスチック資源循環戦略」（令和元年5月31日決定）では、資源・廃棄物制約、海洋ごみ対策、地球温暖化対策等の幅広い課題に対応しながら、プラスチックの資源循環を総合的に推進するための重点戦略の1つとして、リデュース等の徹底を位置付けています。その取組の一環として「レジ袋有料化義務化（無料配布禁止等）」を行い、消費者のライフスタイル変革を促すこととしているようです（以上経済産業省プラスチック製買物袋の有料化義務化に向けた制度見直しの骨子（案）より）。

上記の取り組みを踏まえ、ネオマーケティングではレジ袋及びその有料化に関する意識調査を実施しました。報道資料の一部としてぜひご活用ください。

【WEB アンケート調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEB アンケート
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の20歳から69歳の男女のうち普段店頭で買い物をする方
3. 有効回答数：WEB アンケート 1,000名（20代、30代、40代、50代、60代：男女各100名ずつ）
4. 調査実施日：WEB アンケート 2019年11月6日（水）～11月8日（金）

◆アンケートの主な質問と回答

◆レジ袋とマイバックの利用割合は？

・「ほぼレジ袋」が39.2%「半々」が39.2%ほぼマイバックが21.6%。

◆レジ袋の有料化が義務化されることを知っていますか？

・レジ袋の有料化の義務化を「知っている」が88.3%「知らない」11.7%。

◆レジ袋有料化後もレジ袋を利用しますか？

・全体では「利用すると思う」が31.1%「使用しないと思う」が68.9%。

・男女別では男性の58.4%が「利用しない」と回答した一方、女性は79.4%が「利用しない」と回答。

◆レジ袋の有料化後レジ袋の利用に変化があると思いますか？

・「変わらない」と回答した人が54.7%。男性で「減ると思う」と回答した人は33.2%である一方、女性で「減ると思う」と回答した人は50.5%という結果に。

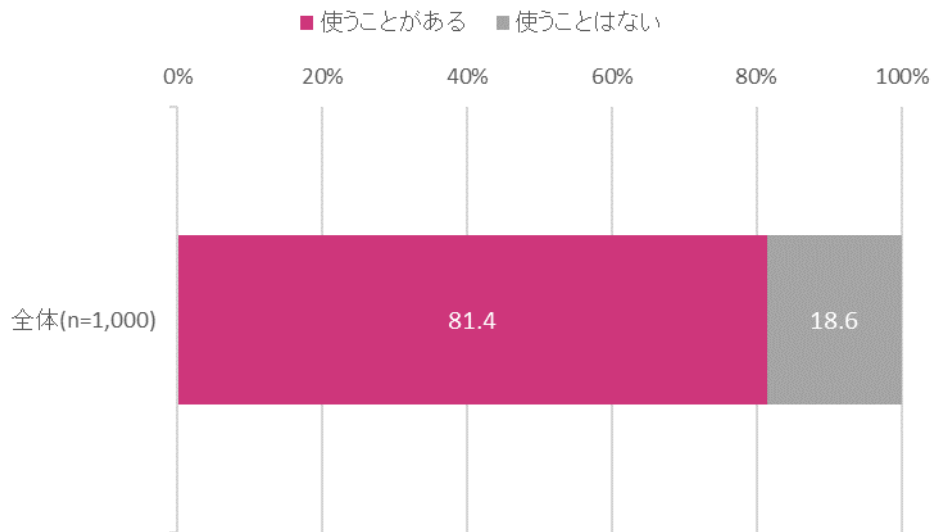
◆レジ袋の有料化にあたっての適正価格帯は？

・レジ袋の適正価格帯は4円～5円。

PRESS RELEASE

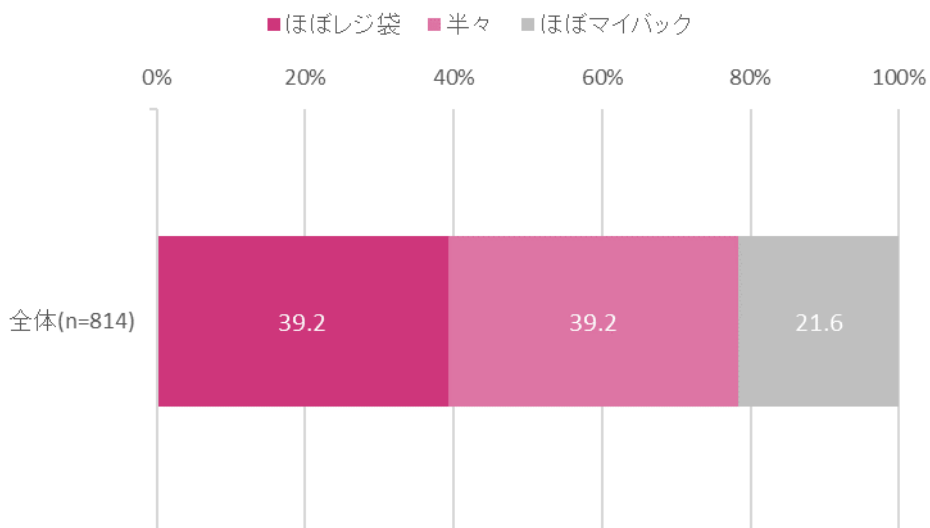
2019. 11. 27

Q1. あなたが、普段スーパーやコンビニ、ドラッグストア、百貨店などの店頭で買い物をする際、レジ袋を使いますか。
(単一回答) 【n=1,000】



普段店頭で買い物をする20歳～69歳の男女1,000に買い物をする際に、レジ袋を使うか聞いてみたところ、81.4%の人が「使うことがある」と回答しました。8割以上の人が買い物の際レジ袋を利用しているようです。

Q2. あなたが、普段スーパーやコンビニ、ドラッグストア、百貨店などの店頭で買い物をする際、レジ袋とマイバックの利用割合を教えてください。
(単一回答) 【n=814】



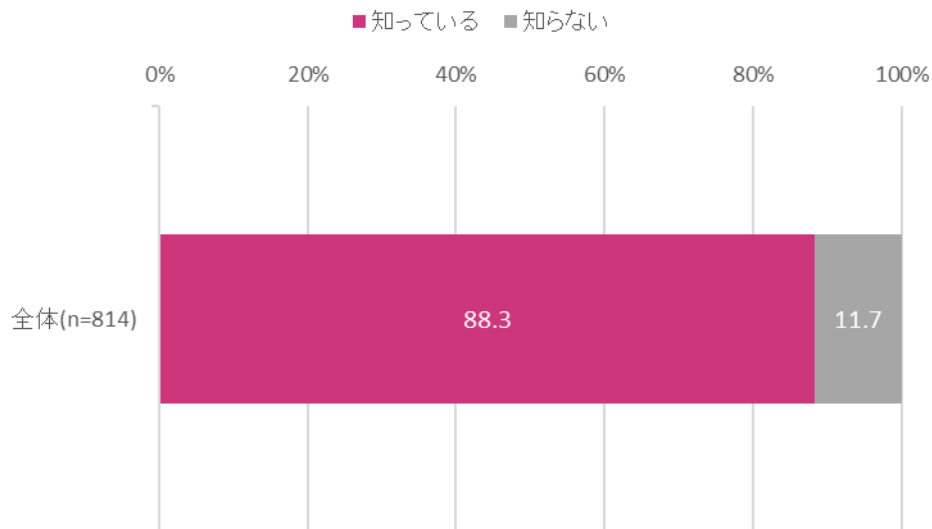
続いて、レジ袋を使う人にレジ袋とマイバックの利用割合を聞いたところ、「ほぼレジ袋」と回答した人が39.2%、「半々」と回答した人が39.2%、「ほぼマイバック」と回答した人が21.6%という結果になりました。ほぼレジ袋の人は4割程度となっています。

PRESS RELEASE

2019. 11. 27

Q3. あなたはレジ袋の有料化が法令で義務化されることを知っていますか。

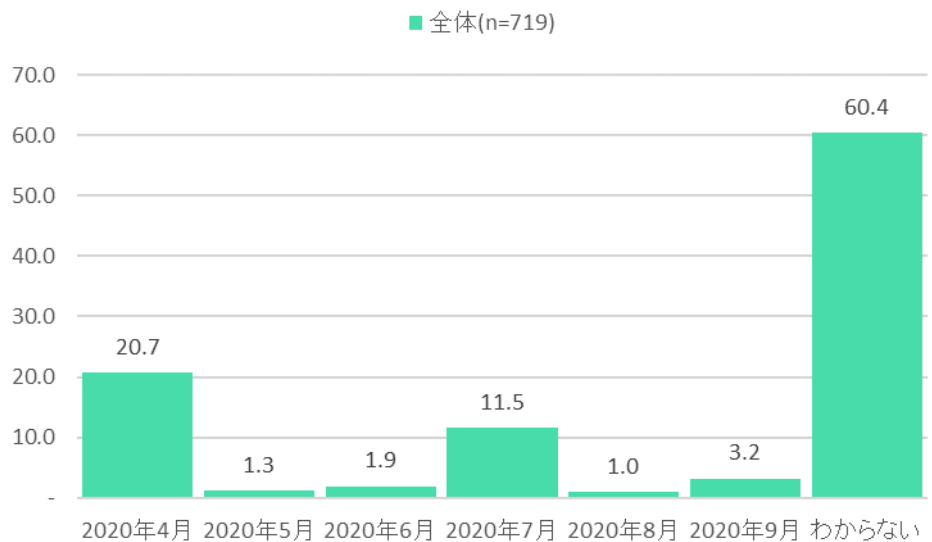
(単一回答) 【n=814】



次に、普段レジ袋を利用する人にレジ袋有料化の法制化の認知状況に関して聞いたところ、「知っている」と回答した人が 88.3%、「知らない」と回答した人が 11.7%という結果になりました。レジ袋有料化の義務化自体は 9 割弱の認知率となっています。

Q4. レジ袋の有料化が開始されるタイミングをお答えください。

(単一回答) 【n=719】



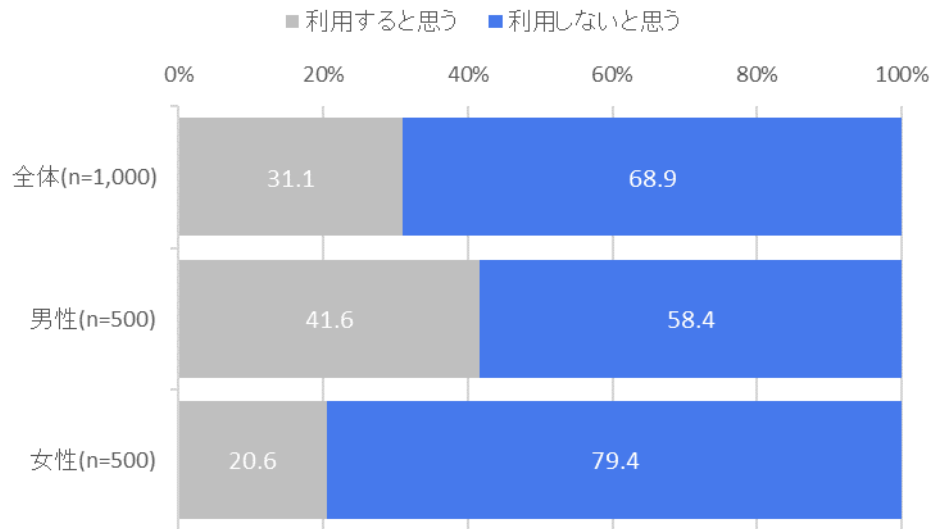
次に、レジ袋有料化の義務化について知っていると回答した人に、レジ袋有料化が開始されるタイミングを聞いたところ、「2020年7月」と回答した人は 11.5%という結果になりました。一方 6 割の人が「わからない」と回答しており、開始時期まで認識している人は比較的少ないようです。

PRESS RELEASE

2019. 11. 27

Q5. あなたはレジ袋が有料化された後、レジ袋を利用しますか。

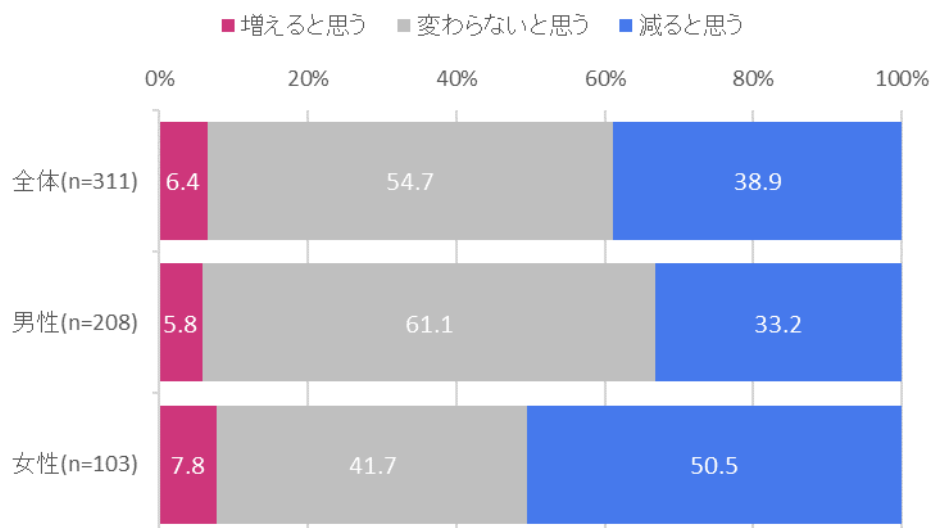
(単一回答) 【n=1,000】



次に、レジ袋有料化後レジ袋を利用するか聞きました。その結果、31.1%の人が「利用すると思う」と回答し、68.9%の人が「利用しないと思う」と回答しました。約7割の人はレジ袋が有料化された後レジ袋を利用しない意向を持っているようです。また女性の「利用しないと思う」が男性より20ポイント以上高く、女性の方が有料化後のレジ袋の利用意向は低いようです。

Q6. あなたはレジ袋が有料化された後、レジ袋の利用頻度に変化があると思いますか。

(単一回答) 【n=311】



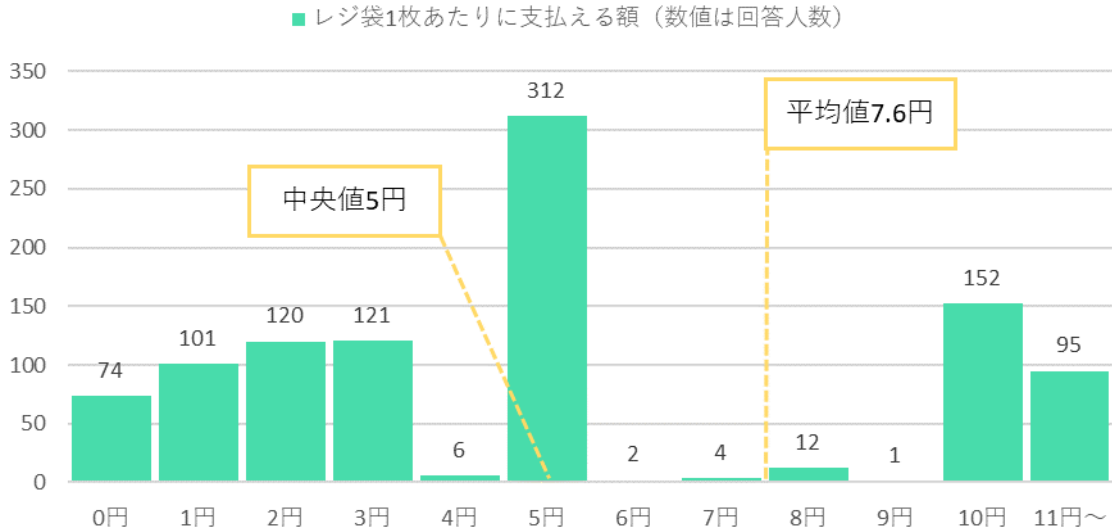
Q5でレジ袋が有料化された後、レジ袋を利用すると思うと回答した人に、有料化後のレジ袋の利用に変化があると思うか聞いたところ、54.7%の人が「変わらないと思う」と回答し、38.9%の人が「減ると思う」と回答しました。こちらの結果でも女性の方が男性よりも有料化後のレジ袋の利用意向は低いようです。金額次第ではありますが、利用意向のある人の半数は利用状況に変化はないと思っていることが伺えます。

PRESS RELEASE

2019. 11. 27

Q7. あなたはレジ袋 1 枚あたりいくらまで支払えますか。

(数値回答) 【n=1,000】

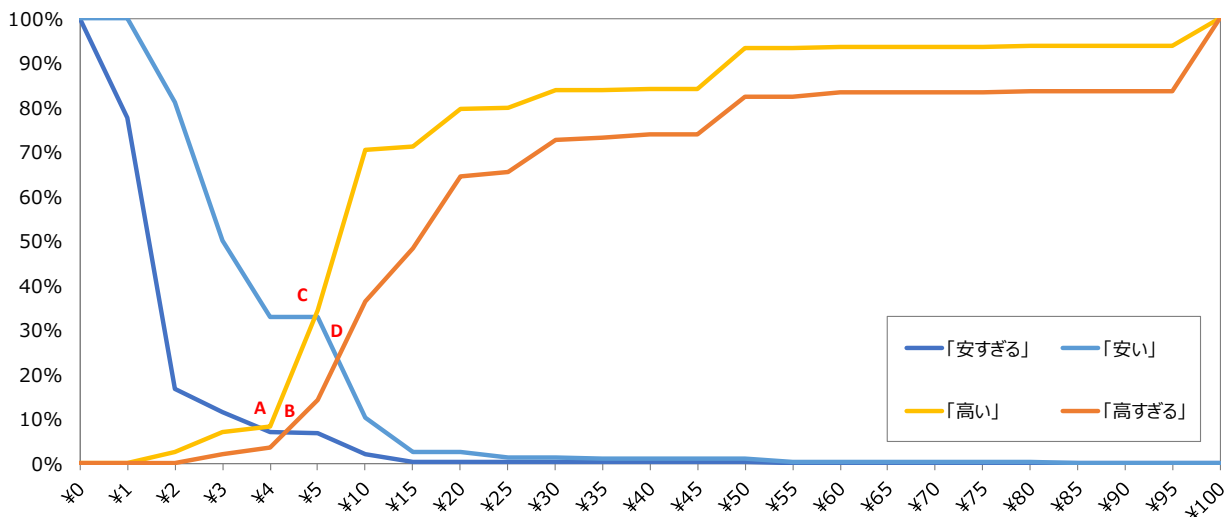


調査背景にも記載のあるレジ袋有料化についての趣旨を示した上で、レジ袋 1 枚あたりにいくら支払えるか聞いたところ、全体の平均値は 7.6 円、中央値は 5 円という結果になりました。また価格の感度に関する分析手法の1つである PSM 分析による価格の受容価格帯 (A.最低品質保証価格～D.最高価格) は 4 円～7 円、適正価格帯 (B.理想価格～C.妥協価格) は 4 円～5 円という結果になりました。

n=1000		
A.最低品質保証価格	・「安すぎる」と「高い」の交点の価格 ・「これ以上安くすると品質が悪いのではないかと疑い始める」価格で、低価格商品の値付けや特売価格に最適な価格	¥4
B.理想価格	・「安すぎる」と「高すぎる」の交点の価格 ・安すぎるまたは高すぎるという購買に否定的な意見を持つ人が最も少ない価格であることを表しており、裏を返すと最も多くの人を買う可能性がある価格	¥4
C.妥協価格	・「安い」と「高い」の交点の価格 ・「この商品ならこれくらいの値段」という心理的な値ごろ感	¥5
D.最高価格	・「安い」と「高すぎる」の交点の価格 ・「これ以上高く値付けをすると誰も買ってくれなくなる」価格で、高級品や新規性の高い商品、付加価値のついた商品において最適な価格設定ができる	¥7

受容価格帯 (A.最低品質保証価格～D.最高価格)	
¥4	～ ¥7

適正価格帯 (B.理想価格～C.妥協価格)	
¥4	～ ¥5



■ 引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「総合マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」URL : <https://www.neo-m.jp/>

・・・本件に関するお問い合わせ先・・・
 ネオマーケティング広報事務局
 E-mail : press@neo-m.jp